



## A DETURPAÇÃO DO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE PELA MÍDIA DURANTE A INVESTIGAÇÃO POLICIAL: PERSPECTIVAS CRÍTICAS

## THE MISREPRESENTATION OF THE PRINCIPLE OF PUBLICITY BY THE MEDIA DURING POLICE INVESTIGATION: CRITICAL PERSPECTIVE

Tábata Cassenote Mendonça<sup>1</sup>  
Álvaro Filipe Oxley da Rocha<sup>2</sup>

### RESUMO

O presente trabalho intenta refletir sobre a deturpação princípio da publicidade por parte da mídia durante a cobertura midiática de investigações policiais, de modo a ferir garantias individuais do investigado. Para tanto, utiliza-se aqui o método de abordagem dedutivo, juntamente a adoção dos métodos de procedimento monográfico e da técnica de pesquisa de bibliografia. Contudo, cabe aludir como conclusões que fazer valer a regra da publicidade, princípio constitucional conquistado às duras penas e condizente com um Estado Democrática de Direito, não pode significar o sacrifício de outros tão relevantes e tão arduamente implementado como o direito à imagem, a honra e a presunção de inocência, sendo plenamente possível o segredo externo no inquérito policial.

Palavras-chave: Garantias Individuais; Investigação Policial; Publicidade; Mídia.

### ABSTRACT

This paper seeks to reflect on the misrepresentation principle of publicity by the media during the media coverage of police investigations, order to hurt individual guarantees of the investigated. Therefore, we use here the deductive method of approach along the adoption of the methods of monographic procedure and the literature research technique. However, it is alluding to conclusions that enforce the rule of advertising, constitutional principle won the hard way and consistent with a Democratic state of law, can not mean the sacrifice of others so relevant and so hard implemented as image rights, honor and the presumption of innocence, and fully as possible the external secret police in the investigation.

Key-words: Individual guarantees; Police investigation; Publicity; Media.

<sup>1</sup> Graduada em Direito pelo Centro Universitário Franciscano (UNIFRA). Especialista em Direito Penal e Processo Penal na Uniritter/POA. Mestranda em Ciências Criminais na PUC/RS. tabata.mendonca@gmail.com

<sup>2</sup> Pós-Doutor pela Kent University (UK). Doutor em Direito do Estado pela UFPR. Professor Titular e Pesquisador no PPGCCRIM (Programa de Pós-Graduação em Ciências Criminais - Mestrado e Doutorado) da PUC-RS. alvaro.oxleyrocha@yahoo.com.br.



## INTRODUÇÃO

Por exercer o monopólio sobre o poder jurisdicional, o Estado publiciza seus atos e procedimentos, sendo o sigilo/secredo uma exceção. A publicidade tem o condão de atribuir maior credibilidade aos processos judiciais, ao contrário dos julgamentos secretos os quais impossibilitam a fiscalização e censura da população. Com isso, além da crença na Justiça, reduz-se as arbitrariedades e injustiças por parte do Poder Público.

Entretanto, em certas ocasiões o princípio da publicidade é deturpado e utilizado de forma prejudicial, causando danos imensuráveis a pessoas que ocasionalmente se encontram sob uma investigação criminal. O mau uso da publicidade pode ser verificado de forma clara quando se permite um sensacionalismo midiático durante o inquérito policial (procedimento prévio e preparatório para um futuro processo penal ou o arquivamento).

Dessa forma, o presente artigo pretende refletir algumas questões acerca do conflito entre o segredo e a publicidade da investigação policial, tendo como problema principal questionar como o princípio da publicidade vem sendo tratado nas fases pré-processuais por parte dos meios de comunicação, em virtude das visíveis violações diárias aos direitos do investigado, sob o argumento de um (suposto) interesse público.

Para melhor compreensão do tema, o artigo foi dividido em duas partes. No primeiro capítulo irá trazer alguns conceitos básicos sobre sigilo, publicidade e inquérito policial, a fim de ter elementos para a discussão da problemática proposta. Já no segundo capítulo, abordar-se-á questões pontuais sobre a mídia e a sua relação com o crime, bem como o mau uso do princípio da publicidade pelos meios de comunicação em massa.

## 1 SIGILO, PUBLICIDADE E INQUÉRITO POLICIAL: ALGUNS CONCEITOS BÁSICOS

O sigilo no tocante a investigações criminais está intrinsecamente vinculado à ideia de autoritarismo e arbitrariedade por parte do Estado, remetendo a características inquisitoriais, contrárias, portanto, a princípios democráticos e com o modelo acusatório. De acordo com Giacomolli "um processo probatório ético não admite o sigilo, o anonimato



e nem o absolutismo da fé pública; é um espaço público de purificação dialética e não de exploração e de ocultação."<sup>3</sup> Para contrapor essa ideia de arbitrariedade surge, então, a publicidade "como um mecanismo para coibir a corrupção e a parcialidade dos julgadores"<sup>4</sup>.

Tal princípio foi implementado na Constituição Federal no art. 93, inc. IX, estabelecendo que: "todos os julgamentos dos órgãos do Poder Judiciário serão públicos e fundamentadas todas as decisões, sob pena de nulidade, podendo a lei, limitar a presença, em determinados atos, às próprias partes e a seus advogados, ou somente a estes."<sup>5</sup> Além da disposição constitucional, há previsão no Código de Processo Penal em seu artigo 792, assegurando que "as audiências, sessões e os atos processuais serão, em regra, públicos [...]"<sup>6</sup>.

A partir disso, pode-se afirmar que a publicidade consiste em garantir o acesso de todo e qualquer cidadão aos atos processuais, a fim de assegurar maior transparência, pois possibilita a fiscalização das atividades estatais pelas partes ou por qualquer pessoa que assim o deseje, demonstrando clara adequação ao Estado Democrático de Direito<sup>7</sup>. Em razão disso, acredita-se que a prevalência da publicidade dos atos aumenta a credibilidade da Justiça perante à população<sup>8</sup>. Indubitavelmente, a publicidade traz diversos benefícios para o procedimento persecutório, como a transparência dos atos, impõe uma maior isenção dos julgadores, além de permitir a fiscalização mais ampla sobre a durabilidade razoável do processo bem como a efetividade de outras tantas garantias processuais como o contraditório e da ampla defesa<sup>9</sup>.

Todavia, como toda garantia, a publicidade não é absoluta, podendo sofrer algumas restrições. Os principais exemplos de tal restrição à publicização dos atos são: "a defesa da

<sup>3</sup> GIACOMOLLI, Nereu José. O devido processo penal: Abordagem conforme a Constituição Federal e o Pacto de São José da Costa Rica. São Paulo: Atlas, 2014. p. 339

<sup>4</sup> Idem.

<sup>5</sup> BRASIL. **Constituição Federal**. Brasília: Senado Federal, 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm)>. Acesso em: 25 mar. 2015.

<sup>6</sup> BRASIL. Decreto-Lei nº 3.689 de 3 de outubro de 1941. **Código de Processo Penal**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del3689.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del3689.htm)>. Acesso em: 25 mar. 2015.

<sup>7</sup> LIMA, Renato Brasileiro de. **Manual de Processo Penal**. vol. I. Niterói: Impetus, 2011. p. 127-128.

<sup>8</sup> "Traduz-se, portanto, numa exigência política de se afastar a desconfiança da população na administração da Justiça. Com ela 'são evitados excessos ou arbitrariedades no desenrolar da causa, surgindo, por isso, a garantia como reação aos processos secretos, proporcionando aos cidadãos a oportunidade de fiscalizar a distribuição da justiça.'" Idem.

<sup>9</sup> GIACOMOLLI, Nereu José, op. cit., p. 341.



intimidade, interesse social no sigilo e imprescindibilidade à segurança da sociedade e do Estado (CF, art. 5º, incs. XXXIII e LX, c/c art. 93, inc. IX); escândalo, inconveniente grave ou perigo da perturbação da ordem (CPP, art. 792, §1º)<sup>10</sup>.

Após ter em mente as diretrizes do princípio da publicidade, questiona-se o seguinte: se esta pode ser restringida no processo penal, como ela deve ser encarada no inquérito policial? Antes de adentrarmos nas propriedades do segredo ou da publicidade no inquérito policial, cabe aludir alguns conceitos básicos sobre esse instrumento a fim de melhor estabelecer a discussão acerca do problema a ser abordado.

O inquérito policial consiste em um procedimento administrativo realizado pela Polícia Judiciária com o intuito de apurar a materialidade de infrações penais bem como sua autoria (art. 4º do CPP)<sup>11</sup>, "com caráter prévio e de natureza preparatória com relação ao processo penal"<sup>12</sup>. Isto é, caso seja comprovada a materialidade de um delito e obtenha-se uma suspeita devidamente fundamentada de autoria, o inquérito policial servirá como base para uma futura denúncia oferecida pelo Órgão Acusatório.

Além do referido cunho preparatório para uma futura ação penal, no sentido inclusive de "acautelar meios de prova que poderiam desaparecer com o decurso do tempo"<sup>13</sup>, o inquérito policial consiste em uma medida preservadora, uma vez que visa também inibir "a instauração de um processo penal infundado, temerário, resguardando a liberdade do inocente e evitando custos desnecessários para o Estado"<sup>14</sup>. Ou seja, em sede de inquérito policial, por se tratar de uma INVESTIGAÇÃO PRELIMINAR, o princípio da presunção de inocência<sup>15</sup> é total, pulsante, fazendo com que esta fase seja marcada pela

<sup>10</sup> LIMA, Renato Brasileiro de, op. cit., p. 128.

<sup>11</sup> BRASIL. Decreto-Lei nº 3.689 de 3 de outubro de 1941. op. cit.

<sup>12</sup> LOPES JR., Aury. **Sistemas de Investigação Preliminar no Processo Penal**. 4. ed. rev., amp., e atual. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006. p. 40.

<sup>13</sup> LIMA, Renato Brasileiro de, op. cit., p. 113.

<sup>14</sup> Idem.

<sup>15</sup> A respeito desse princípio de importância imensurável no Processo Penal, eis os ensinamentos do Ilustre Desembargador Nereu José Giacomolli: "A garantia da presunção de inocência produz seus efeitos no interior do processo e também fora dele, bem como no que tange ao tratamento dispensado ao sujeito, acusado, processado ou imputado. Veda formas de tratamento como se o sujeito já estivesse condenado. Abarca a prática de atos de investigação, processuais e todos os que atinjam o sujeito, tais como a exposição midiática exploratória através de entrevistas coletivas da polícia ou do Ministério Público, afirmativas da autoria dos suspeitos, o uso desnecessário de algemas, a prisão processual como regra, o injustificado recolhimento à prisão para recorrer, a consideração negativa dos registros policiais, de inquéritos policiais ou de processos em andamento, como se o sujeito tivesse maus antecedentes, [...]. A presunção de inocência transcende o plano



prudência e pelo sigilo, "para que se garanta regularidade em seu desenvolvimento, mas também para que se preserve a intimidade do indivíduo investigado"<sup>16</sup>.

Nesta senda, o inquérito policial:

[...]nada mais é do que uma coleta de informações através da averiguação ou inquirição do investigado, tendo como objetivo conseguir elementos idôneos que embasem a ação penal, se for o caso. Portanto, não se deve admitir, por parte da autoridade policial ou de quem quer que seja, nenhuma antecipação de juízo condenatório de um indivíduo, mesmo porque, além de não ser o momento de julgar, não é atribuição do delegado de polícia condenar ou absolver ninguém, principalmente em um procedimento onde não existe o direito à defesa com o devido processo legal assegurado ao suspeito<sup>17</sup>.

O inquérito policial, como regra, ocorre em sigilo quando necessário à elucidação do fato ou exigido pelo interesse da sociedade (art. 20, CPP<sup>18</sup>), a fim de impedir principalmente que o indiciado, sua defesa ou seus familiares interfiram no bom andamento da investigação<sup>19</sup>. Além disso, cabe esclarecer que "o inquérito policial é peça informativa, não fazendo parte do processo *stricto sensu*. A Constituição Federal assegura a publicidade dos atos processuais, não abrangendo aqueles do inquisitório."<sup>20</sup>

Em razão desse entendimento, passemos a discussão da publicidade ou sigilo no inquérito policial:

O instituto da publicidade no inquérito policial pode ser classificada de duas formas: parcial ou plena. Será parcial quando "a acessibilidade é concedida só para as partes (sujeitos na investigação preliminar), logo, limitada aos demais"<sup>21</sup>. Já a publicidade plena se dá "quando os atos são acessíveis também às demais pessoas que não participam como partes ou sujeitos processuais"<sup>22</sup>. De acordo com Aury Lopes Jr. "por suposto, a

abstrato, efetivando-se na exteriorização das formas de tratamento dadas ao sujeito." GIACOMOLLI, Nereu José, op. cit., p. 99.

<sup>16</sup> TASSE, Adel El. *Investigação Preparatória*. 2 ed. rev. e atual. Curitiba: Juruá, 2001. p. 23.

<sup>17</sup> AZEVEDO, José Fábio de. O inquérito policial, o investigado e a imprensa. In: **Direito UNIFACS - Debate Virtual**, n. 116, 2010. Disponível em: <<http://www.revistas.unifacs.br/index.php/redu/article/view/925>>. Acesso em 12 mar. 2015. p. 04

<sup>18</sup> BRASIL. Decreto-Lei nº 3.689 de 3 de outubro de 1941. Op. cit.

<sup>19</sup> Segundo Lima: "Se o inquérito policial objetiva investigar infrações penais, coletando elementos de informação quanto à autoria e materialidade dos delitos, de nada valeria o trabalho da polícia investigativa se não fosse resguardado o sigilo necessário durante o curso de sua realização [...]". LIMA, Renato Brasileiro, op. cit., p. 128.

<sup>20</sup> MUCCIO, Hidejalma. *Curso de Processo Penal*. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Gen, 2011. p. 47.

<sup>21</sup> LOPES JR., Aury, op. cit., p. 124.

<sup>22</sup> Idem.





publicidade *plena* engloba a *parcial*, pois é inconcebível que os atos sejam públicos para os demais e secretos para os sujeitos processuais<sup>23</sup>.

Ou, ainda, pode-se classificar a exposição do inquérito pelo grau de segredo. Nesse sentido, o segredo pode ser classificado como interno ou externo. O segredo interno implica em não publicizar os atos processuais inclusive para a defesa. Em virtude de ser uma quebra ao princípio da ampla defesa, encontra apenas respaldo nas restrições legais e aos permissivos constitucionais como nas interceptações telefônicas<sup>24</sup>, por exemplo. Esse tipo de segredo não é o alvo da problemática que se deseja trabalhar, visto que já se encontra devidamente assegurada o direito da defesa pela súmula vinculante nº 14<sup>25</sup> do Supremo Tribunal Federal.

Em contrapartida, o segredo externo implica em disponibilizar publicamente os atos processuais ou pré-processuais apenas às partes e aos seus advogados. Em virtude disso, veda a divulgação de qualquer forma para qualquer pessoa que não os sujeitos processuais, impedindo a coletividade de ter acesso ao material colhido na investigação preliminar<sup>26</sup>. Sendo assim, conforme Giacomolli, "o segredo externo é o aplicável aos sujeitos não intervenientes na investigação ou no processo penal, vinculados à proteção da intimidade dos envolvidos"<sup>27</sup>.

Tendo em vista que, de acordo com o art. 5º, inc. X da Constituição Federal " são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação"<sup>28</sup> a proteção desses direitos em face de uma publicização e exposição do indiciado ao público ou a mídia deve ser priorizada, ou até mesmo imposta. Ainda mais em virtude de a liberdade de imprensa também não ser absoluta<sup>29</sup>.

<sup>23</sup> Idem.

<sup>24</sup> GIACOMOLLI, Nereu José, op. cit., p. 340.

<sup>25</sup> "É direito do defensor, no interesse do representado, ter acesso amplo aos elementos de prova que, já documentados em procedimento investigatório realizado por órgão com competência de polícia judiciária, digam respeito ao exercício do direito de defesa." BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Súmula Vinculante nº 14**. Disponível em: <[http://www.stf.jus.br/arquivo/cms/jurisprudenciaSumulaVinculante/anexo/PSV\\_1.pdf](http://www.stf.jus.br/arquivo/cms/jurisprudenciaSumulaVinculante/anexo/PSV_1.pdf)>. Acesso em: 21 mar. 2015.

<sup>26</sup> LOPES JR., Aury, op. cit., p.125.

<sup>27</sup> GIACOMOLLI, Nereu José, op. cit., pp. 339-340).

<sup>28</sup> BRASIL, Constituição Federal, op. cit.

<sup>29</sup> GIACOMOLLI, Nereu José, op. cit., p. 340.



Sendo assim, analisemos as vantagens do implemento de um sigilo externo do inquérito policial, especialmente para os meios de comunicação em massa. Primeiramente, em razão do caráter instrumental do inquérito policial a publicização sobre os atos investigatórios pode fazer com que a busca seja inócua, em vão. Por exemplo, nunca será efetivo o aviso sobre uma interceptação telefônica. Nesta linha, Lopes Jr. entende que "desde a perspectiva de máxima eficácia da atuação estatal na repressão dos delitos, o segredo externo (e o impedimento da publicidade plena) serviria para garantir a utilidade da persecução"<sup>30</sup>. Além disso, defende o autor que "a imparcialidade e a tranquilidade do órgão encarregado da investigação preliminar (policial, judicial ou a cargo do MP) estarão mais garantidas pela ausência da pressão pública e dos meios de difusão de massa."<sup>31</sup>

Em segundo lugar, do ponto de vista das garantias constitucionais, a publicização "abusiva dos atos da investigação preliminar é, desde o ponto de vista do sujeito passivo, o mais grave prejuízo que pode sofrer um inocente (e assim se presume a todos, até a sentença definitiva), pois coloca-o prematuramente no banco dos acusados"<sup>32</sup>. Com isso, pode-se dizer que a publicidade plena nesses casos faz com que: o princípio da presunção de inocência seja violado - em função de haver a formação de um juízo condenatório precipitado - além da honra, imagem e intimidade do acusado serem completamente devastadas. Prejuízos que "uma eventual absolvição posterior - ao cabo de alguns anos - não tem o poder de 'restabelecer' na sociedade uma situação que jamais poderia ter sido abandonada: a de inocente."<sup>33</sup>

Na mesma linha de raciocínio, Giacomolli entende que:

Defender a publicidade externa de fatos relacionados ao âmbito criminal não é vinculá-la aos interesses midiáticos de exploração da miséria das vítimas e de seus familiares e nem às finalidades econômicas e de manutenção da permanência do grande auditório. A comunicação e revelação do processo a terceiros encontra limites<sup>34</sup>.

Tendo em vista que ao ligar a televisão, ou ao abrir os jornais ou periódicos, nos deparamos com diversas notícias e reportagens sobre crimes comuns de sangue (na página policial) ou econômicos, conhecidos como "de colarinho branco" (na seção "política") as

<sup>30</sup> Lopes Jr., Aury, op. cit., p. 126.

<sup>31</sup> Idem.

<sup>32</sup> Idem.

<sup>33</sup> Idem.

<sup>34</sup> GIACOMOLLI, Nereu José, op. cit. p. 339.



quais divulgam "operações" nos mínimos detalhes, em nome da (falsa ideia de) publicidade, torna-se imprescindível a realização de uma breve análise sobre tal comportamento por parte da mídia, a qual insiste em deturpar o princípio da publicidade, ferindo garantias constitucionais irreparáveis.

## 2 MÍDIA E DETURPAÇÃO DO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE

Como já referido anteriormente, a publicidade, por si só, não é uma afronta à garantias individuais do indiciado (como, por exemplo, na divulgação de um retrato falado por parte da Polícia - forma imediata- a fim de que a população possa colaborar com as investigações). Mas sim quando se dá a publicidade mediata por meio da mídia "como o rádio, a televisão e a imprensa escrita, que informam a milhões de pessoas de todo o ocorrido, muitas vezes deturpando a verdade em nome do sensacionalismo"<sup>35</sup>.

A mídia, em seu sentido amplo, traz consigo uma grande diversidade de significados, pois é um veículo de informação, de entretenimento, "um investimento tecnológico em contínua expansão, uma experiência individual cotidiana, um terreno de conflito político, um sistema de mediação cultural e de agregação social"<sup>36</sup>, entre outros. Em razão disso, consiste também em um produto cultural, resultado de transformações sociais e, ao mesmo tempo, provocadora também de mudanças culturais significativa. Nesta senda "não há instância de nossa sociedade, hoje, que não tenha uma relação profunda com a mídia, onde a mídia não interfira de maneira específica."<sup>37</sup>

Não é de hoje o interesse da mídia por questões penais, o crime tem sido um dos principais produtos da mídia desde o período da industrialização - no qual a imprensa tornou-se popular. Entretanto, ganhou mais espaço ainda no campo jornalístico com o desenvolvimentos dos meios de comunicação em massa no fim do século. De acordo com Pina:

Com a multiplicação dos diários e da imprensa comercial, o crime tornou-se, no século XIX e, depois, nas primeiras décadas do século XX, tanto na Europa como nos Estados Unidos (onde os primeiros diários surgem na

<sup>35</sup> Lopes Jr., Aury, op. cit., p. 128.

<sup>36</sup> WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações em massa**. 6ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2012. p. IX.

<sup>37</sup> GUARESCHI, Pedrinho A; Biz, Osvaldo. **Mídia, Educação e Cidadania: tudo o que você deve saber sobre mídia**. Petrópolis: Vozes, 2005. p. 38.





década de 1830), na matéria-prima principal dos jornais populares. Com o aparecimento da rádio e da televisão e o desenvolvimento de um mercado cada vez mais concorrencial entre imprensa, rádio e TV na disputa de audiências e recursos publicitários, a situação acentuou-se ao longo de todo o século XX até os dias de hoje<sup>38</sup>.

Indubitavelmente, nos dias de hoje, o crime é uma figura "central na cultura popular, Polícia, política, notícias, moralidade"<sup>39</sup>, fazendo a divisão maniqueísta do "Bem e o Mal, a normalidade e o desvio, a santidade e a bruxaria, o interior e o exterior, o eu e o outro" (Wykes, 2001:8)<sup>40</sup>.

Não bastasse a exploração da notícia sensacionalista, a mídia não apenas reproduz, mas sim PRODUZ. Pode-se dizer que além das notícias propagadas pela mídia estarem longe de ser um espelho da realidade - até porque isso é impossível - ela ajuda a construir o que temos por real. Wolf é categórico em afirmar que: a "influência da mídia é postulada uma vez que esses efeitos nos ajudam a 'estruturar a imagem da realidade social, durante o longo período, a organizar novos elementos dessa imagem, a formar novas opiniões e crenças'."<sup>41</sup> Na mesma linha, Rocha entende que "a notícia produz a realidade social, enquanto a descreve, por dois mecanismos fundamentais: a seleção de fatos que serão divulgados, e do enquadramento que será dado aos mesmos."<sup>42</sup>

Em virtude dos meios de comunicação em massa estarem em constante expansão, não é de se estranhar que haja uma penetração da imprensa no universo jurídico, o que acaba por submeter especialmente os casos penais a um "duplo debate"<sup>43</sup>:

Esse *trial by media*, onde a paridade de armas é inexistente, pois, além de vocalizarem-se fortemente as versões acusatória, que na ótica da imprensa são sempre as mais interessantes de se divulgar para o grande público, criam-se situações para ensejar o 'fato jornalístico', que estampa o clamor popular construído por pessoas, como já dito, adrede arrebanhadas para o protesto contra o 'criminoso' e, com isso, possibilitar a prisão preventiva ou pressionar pela condenação.<sup>44</sup>

<sup>38</sup> PINA, Sara. **Media e Leis Penais**. Coimbra: Almeida, 2009. p. 89

<sup>39</sup> Ibidem., p. 90.

<sup>40</sup> Idem.

<sup>41</sup> WOLF, Mauro, op. cit., p. 141.

<sup>42</sup> ROCHA, Álvaro Filipe Oxley da. Criminologia e Teoria Social: Sistema Penal e Mídia em luta por poder simbólico. In: **Criminologia e Sistemas Jurídico-Penais Contemporâneos II**. p. 42-60. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010, p. 52.

<sup>43</sup> TORON, Alberto Zacharias. **Notas sobre a mídia nos crimes de colarinho branco e o Judiciário: os novos padrões**. Revista de Ciências Criminais, São Paulo, v. 9, n. 36, p. 257-272, out./dez. 2001. p. 268.

<sup>44</sup> Idem.



Com relação à possível influência da mídia nos julgamentos, o criminólogo Nilo Batista é um pouco mais radical, afirmando que "estamos fora do modelo convencional do *trial by media*: não se trata aqui de influenciar um tribunal, senão de realizar diretamente o próprio julgamento"<sup>45</sup>.

No mesmo sentido, Azevedo reflete que:

A estigmatização de um indivíduo que está sendo investigado, muitas vezes é causada pela açodada publicação dos atos da investigação preliminar pela imprensa, decorrentes da precipitação e do abuso de autoridade perpetrado pelos delegados de polícia, quando submete o investigado à humilhação pública ao exibi-lo, contra a sua vontade, como um troféu para toda a mídia. [...] Quando a imprensa resolve condenar um indivíduo, muitas vezes motivada pelas precipitadas conclusões de delegados de polícia que querem aparecer na mídia, acaba por ferir a dignidade da pessoa humana ao atingir direitos fundamentais como a honra e a imagem, direitos esses resguardados pela CF[...]”<sup>46</sup>.

Curiosamente, a cobertura midiática quando ocorre algum delito aborda os mais variados aspectos do caso, muitos deles extra-legais, como "características das suas personalidades, relações pessoais, aparência física e idiosincrasias são amplamente comentadas"<sup>47</sup>. Além disso, "Juízes, advogados, polícias, vítimas, jurados, e particularmente o acusado, são entrevistados e fotografados e frequentemente elevados ao estatuto de celebridade."<sup>48</sup>

E, em virtude do processo penal ser deveras longo e burocratizado passa por períodos "mortos e tempos fracos que o tornam rebarbativo e supérfluo em termos mediáticos"<sup>49</sup>. Além de que as provas e circunstâncias estão mais esclarecidas e são dotadas de mais publicidade. Por ser mais sigiloso, "o inquérito que desperta as atenções e produz os títulos de caixa alta"<sup>50</sup>, produzindo os famosos "furos de reportagem", o alvo de qualquer jornalista.

Não se pode olvidar que "a informação é uma mercadoria e como tal deve ser vendida ao maior número de interessados e também desinteressados"<sup>51</sup>, e que para tanto, utiliza-se de "todos os instrumentos de *marketing sensacionalista* (inclusive alterara a

<sup>45</sup> BATISTA, Nilo. *Mídia e sistema penal no capitalismo tardio*. *Discursos sediciosos* 12 (2002).

<sup>46</sup> AZEVEDO, José Fábio. op. cit., pp. 06-07.

<sup>47</sup> PINA, Sara. Op. cit., p. 151.

<sup>48</sup> Ibidem, pp. 150-151.

<sup>49</sup> Ibidem, p. 136.

<sup>50</sup> Ibidem, pp. 136-137.

<sup>51</sup> LOPES JR., Aury, op. cit., p. 128.



verdade) necessários para estimular e despertar o interesse"<sup>52</sup>. Além disso, o autor acrescenta que "a manipulação da informação atende na atualidade não só a interesses econômicos senão também a interesses políticos, cujos prejuízos para a investigação, o processo e a administração de justiça, como um todo, são patentes."<sup>53</sup>

Nesse contexto, pode-se dizer que a publicidade foi pensada e requerida "para afastar o *secretum* dos procedimentos e dos processos"<sup>54</sup>, a fim de afastar a corrupção, ou seja, para o público em geral poder fiscalizar os atos praticados pelo Poder Judiciário, já que detentor no monopólio jurisdicional; não para "a exploração da miséria do processo, da 'Justiça Criminal', dos acusados e das vítimas de crimes pela mídia"<sup>55</sup>.

Nesta senda, restringir a publicidade externa significa prezar pelo estado de inocência<sup>56</sup>, principalmente em razão da cobertura midiática a qual facilita o pré-julgamento. Tal restrição não viola o princípio da publicidade pois "o que importa ao Estado de Direito é que a infração criminal está senão apurada, que o Estado está cumprindo as suas funções"<sup>57</sup> e "não a exposição da imagem do suspeito, o seu nome completo, a de seus familiares e onde reside"<sup>58</sup>.

Infelizmente, não se pode responsabilizar exclusivamente a mídia por todas as críticas aqui expostas, afinal o órgão de comunicação responsável pela notícia pensa estar cumprindo com o seu dever de informar. Imperioso considerar também a responsabilidade dos integrantes do Poder Judiciário, os quais têm o amplo conhecimento de todas essas garantias constitucionais que se abordou nesse trabalho, e mesmo assim, parecem ignorar os malefícios da divulgação de questões sobre investigações preliminares. Como refere Aury Lopes Jr.:

Também os agentes do Poder Público possuem uma grande parcela de responsabilidade pela publicidade abusiva e sensacionalista. Não são poucos juizes, promotores e policiais que, estimulados pela vaidade, fazem clamorosas e ao mesmo tempo precipitadas declarações em público e aos meios de comunicação, fomentando a estigmatização do sujeito passivo e prejudicando seriamente a administração e o funcionamento da justiça.

<sup>52</sup> Ibidem, pp. 128-129.

<sup>53</sup> Ibidem, p. 129.

<sup>54</sup> GIACOMOLLI, Nereu José, op. cit., p. 340.

<sup>55</sup> Idem.

<sup>56</sup> Ibidem, p. 341.

<sup>57</sup> Idem.

<sup>58</sup> Idem.



Inclusive, o gravame é maior conforme o status e a credibilidade dessas pessoas e a função que desempenham<sup>59</sup>.

Como já antes mencionado, não há óbice para que o magistrado possa limitar a publicidade dos atos do inquérito policial em nome da proteção da intimidade, da vida privada, da honra e da imagem do sujeito passivo, direitos constitucionalmente assegurados<sup>60</sup>. Além disso, fica prejudicada a discussão de um conflito entre interesse público e privado do acusado, pois as garantias do mesmo também se tratam de um interesse público, isto é, de toda a população contra qualquer arbitrariedade, seja por parte do Estado, seja pela mídia. Nesse sentido:

É o próprio interesse público quem dita a abstenção jornalística no que respeita à divulgação de informação sobre processos-crime. De facto, tem sido já largamente reconhecido que os efeitos perversos do chamado *trial by newspaper* não se limitam à lesão da honra dos possíveis arguidos, antes colocando em causa o bom funcionamento dos tribunais e a sua credibilidade.<sup>61</sup>

Nesse contexto, o segredo exterior é uma excelente alternativa para preservar tais direitos fundamentais acima citados, sendo um dever do Estado zelar pelo indivíduo que está sob sua tutela, e que ao final do processo poderá ser absolvido, e isso raramente vira capa de jornal<sup>62</sup>.

Portanto, argumenta-se que a publicidade não pode ser confundida com pré-julgamentos e violação a direitos fundamentais do indiciado, sendo fundamental privilegiar o direito fundamental à intimidade, à vida privada, à honra e à imagem dos investigados. "Por isso, na fase pré-processual, a publicidade externa deve ser restringida para proteger a intimidade e a imagem do acusado, até porque ao lado desse direito fundamental está outro, de grande importância: a presunção de inocência."<sup>63</sup>

<sup>59</sup> LOPES JR., Aury, op. cit., p. 129.

<sup>60</sup> Ibidem, p. 127.

<sup>61</sup> LEITE, Inês Ferreira. **Segredo ou Publicidade?** A tentação de Kafka na Investigação Criminal Portuguesa. Disponível em: <<http://researchgate.net>> Acesso em: 20 mar. 2015. p. 44.

<sup>62</sup> LOPES JR., Aury, op. cit., p. 128.

<sup>63</sup> Ibidem, p. 130.



## CONCLUSÃO

Através da presente pesquisa pôde-se constatar que há um certo equívoco, especialmente pelos meios de comunicação, a respeito da interpretação do princípio da publicidade. Como se viu, este está diretamente relacionado com o regular funcionamento do Estado, com uma prerrogativa do cidadão em fiscalizar se o poder jurisdicional está sendo exercido de forma adequada, e não com a exposição midiática desmotivada do investigado, apenas com intuítos sensacionalistas.

Ainda mais quando se trata de investigações policiais preliminares, momento em que se está averiguando as questões que circundam o provável crime, devendo prevalecer, nesta fase - bem como até o trânsito em julgado da sentença - a presunção de inocência.

Por todo o exposto, não há que se falar em conflito propriamente dito entre segredo e publicidade nas investigações policiais, em virtude de que a afirmação do zelo das garantias individuais sempre deve prevalecer sobre o direito público. Até mesmo porque esta proteção também se trata de um interesse público de suma importância em um Estado Democrático de Direito. Sendo, portanto, de grande valia, a restrição da publicidade externa aos inquéritos policiais quando necessário para a proteção do investigado, principalmente perante a mídia.

## REFERÊNCIAS

AZEVEDO, José Fábio de. O inquérito policial, o investigado e a imprensa. In: **Direito UNIFACS - Debate Virtual**, n. 116, 2010. Disponível em: <<http://www.revistas.unifacs.br/index.php/redu/article/view/925>>. Acesso em 12 mar. 2015.

BATISTA, Nilo. *Mídia e sistema penal no capitalismo tardio. Discursos sediciosos* 12 (2002): 271-289.

BRASIL. **Constituição Federal**. Brasília: Senado Federal, 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm)>. Acesso em: 25 mar. 2015.





BRASIL. Decreto-Lei nº 3.689 de 3 de outubro de 1941. **Código de Processo Penal**. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/de13689.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/de13689.htm) >. Acesso em: 25 mar. 2015.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Súmula Vinculante nº 14**. Disponível em: < [http://www.stf.jus.br/arquivo/cms/jurisprudenciaSumulaVinculante/anexo/PSV\\_1.pdf](http://www.stf.jus.br/arquivo/cms/jurisprudenciaSumulaVinculante/anexo/PSV_1.pdf) >. Acesso em: 21 mar. 2015.

GIACOMOLLI, Nereu José. **O devido processo penal: Abordagem conforme a Constituição Federal e o Pacto de São José da Costa Rica**. São Paulo: Atlas, 2014

GUARESCHI, Pedrinho A; Biz, Osvaldo. **Mídia, Educação e Cidadania: tudo o que você deve saber sobre mídia**. Petrópolis: Vozes, 2005.

LEITE, Inês Ferreira. **Segredo ou Publicidade? A tentação de Kafka na Investigação Criminal Portuguesa**. Disponível em: <<http://researchgate.net>> Acesso em: 20 mar. 2015.

LIMA, Renato Brasileiro de. **Manual de Processo Penal**. vol. I. Niterói: Impetus, 2011.

LOPES JR., Aury. **Sistemas de Investigação Preliminar no Processo Penal**. 4. ed. rev., amp., e atual. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006.

MUCCIO, Hidejalma. **Curso de Processo Penal**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Gen, 2011.

OLIVEIRA, Eugênio Pacelli. **Curso de Processo Penal**. 11. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2009.

PINA, Sara. **Media e Leis Penais**. Coimbra: Almeida, 2009.

PRADO, Geraldo. **Sistema Acusatório: A conformidade constitucional das Leis Processuais Penais**, 4 ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006.

ROCHA, Álvaro Filipe Oxley da. Criminologia e Teoria Social: Sistema Penal e Mídia em luta por poder simbólico. In: **Criminologia e Sistemas Jurídico-Penais Contemporâneos II**. p. 42-60. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.

TASSE, Adel El. **Investigação Preparatória**. 2 ed. rev. e atual. Curitiba: Juruá, 2001.

TORON, Alberto Zacharias. **Notas sobre a mídia nos crimes de colarinho branco e o Judiciário: os novos padrões**. Revista de Ciências Criminais, São Paulo, v. 9, n. 36, p. 257-272, out./dez. 2001.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações em massa**. 6ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2012.